



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mempunyai judul **“Konstruksi Makna *“Public Relations Profesional”* Oleh Praktisi *“Public Relations”* (Studi Fenomenologi Tentang *“Konstruksi Makna PR Profesional”* Oleh Praktisi di Pemerintahan, BUMN, dan Perusahaan Swasta di Bandung dan Jakarta.”** Disusun oleh Lukiat Komala, Universitas Padjadjaran.

Penelitian ini menjelaskan mengenai makna yang dikonstruksi oleh praktisi *public relations* tentang motif dan kesadaran menjadi *public relations* profesional, serta pengalaman komunikasi menurut sudut pandang *public relations* profesional.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan pendekatan fenomenologi yang melihat pemaknaan yang dilakukan oleh seseorang tentang profesinya. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada objek yang diteliti dan teori fenomenologi yang digunakan. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada praktisi *public relations* di pemerintahan, BUMN, dan perusahaan swasta di Bandung dan Jakarta. Kemudian, penelitian terdahulu juga menggunakan teori fenomenologi menurut Alfred Schutz, sedangkan penulis menggunakan teori fenomenologi menurut Husserl dan melakukan penelitian pada *tenant relations* The Breeze BSD City.

Adapun kontribusi penelitian terdahulu terhadap penelitian yang dilakukan adalah melalui penggunaan metode penelitian yang sama, membuat peneliti dapat lebih mudah dalam memahami pemaknaan yang dilakukan seseorang terhadap profesinya masing-masing.

Penelitian terdahulu berikutnya mempunyai judul **“Pemaknaan Profesi Jaksa”**. Disusun oleh Raisha Fatmayusa, Universitas Padjadjaran.

Penelitian ini menjelaskan motif calon jaksa menjadi jaksa, citra profesi jaksa, dan sikap calon jaksa terhadap realitas profesi jaksa.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian fenomenologi yang melihat pemaknaan dari suatu profesi. Sedangkan, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada profesi yang diteliti dan fokus penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu melakukan penelitian kepada profesi jaksa, sedangkan penelitian ini dilakukan kepada profesi *tenant relations*.

Kemudian, penelitian terdahulu berfokus pada motif seseorang dalam memilih profesi jaksa. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada pemaknaan profesi *tenant relations*, serta menganalisis manajemen kesan yang dilakukan *tenant relations* The Breeze BSD City dalam penanganan keluhan.

Adapun kontribusi penelitian terdahulu terhadap penelitian yang peneliti lakukan adalah peneliti dapat memiliki gambaran mengenai metode fenomenologi.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Sumber: Olahan Penulis 2015

Keterangan	Penelitian I	Penelitian II
Judul	Konstruksi Makna <i>Public Relations</i> Profesional oleh Praktisi <i>Public Relations</i> (Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Makna PR Profesional oleh praktisi PR Pemerintahan, BUMN, dan Perusahaan Swasta di Bandung dan Jakarta)	Pemaknaan Profesi Jaksa
Nama peneliti	Lukiati Komala	Raisha Fatmayusa
Jenis penelitian	Skripsi	Skripsi
Tahun penelitian	2013	2013
Tujuan Penelitian	Untuk memahami makna yang dikonstruksi oleh praktisi PR tentang motif dan kesadaran menjadi PR profesional, serta pengalaman komunikasi menurut sudut pandang PR profesional.	Untuk mengetahui motif calon jaksa menjadi jaksa, citra profesi jaksa, dan sikap calon jaksa terhadap realitas profesi jaksa.
Metodologi	Kualitatif	Kualitatif
Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan yang dilakukan praktisi PR yang profesional mengenai makna profesi PR dikembangkan melalui kesadaran motif dan perlakuan yang diterima.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif yang mendorong calon jaksa menjadi jaksa terbagi menjadi dua, yaitu cita-cita yang merupakan motif masa lalu dan penghasilan, status sosial, serta kewenangan yang menjadi motif masa depan dari profesi jaksa.

## 2.2 Fenomenologi

Dalam mengkaji penelitian dengan judul “Manajemen Kesan *Tenant Relations* Dalam Penanganan Keluhan *Customer* (Studi Fenomenologi di Mal The Breeze BSD City)”, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi untuk melihat fenomena *tenant relations* di mal The Breeze BSD City terkait manajemen kesan yang dilakukan dalam proses penanganan keluhan *customer*.

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yang berarti sesuatu yang tampak. Secara istilah, fenomenologi merupakan *logos* (ilmu pengetahuan) tentang apa yang tampak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

fenomenologi merupakan suatu ilmu yang membahas sebuah fenomena atau segala sesuatu yang tampak atau yang menampakkan diri. (Kuswarno, 2009, h.2)

Kuswarno (2009, h.2) mengatakan bahwa tujuan utama fenomenologi adalah untuk mempelajari bagaimana suatu fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan tindakan seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksikan makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).

Husserl dalam Prastowo (2011, h. 28) berpendapat bahwa fenomenologi adalah pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal atau studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Fenomenologi memiliki riwayat yang cukup panjang dalam penelitian sosial, termasuk psikologi, sosiologi, dan pekerjaan sosial.

Schutz dalam Ritzer (2007, h. 55) juga menjelaskan bagaimana fenomenologi dapat digunakan untuk memperluas wawasan ke dalam dunia sosial. Ia berfokus pada pemahaman orang mengenai kesadaran orang lain. Schutz menggunakan konsep intersubjektif sebagai perspektif yang digunakan untuk memahami kesadaran tersebut. Dunia intersubjektif yang dimaksud merupakan kehidupan nyata seseorang. Schutz berasumsi bahwa dalam pengambilan sikap dan tindakan, manusia masuk ke dalam pengalaman subjektif.

Schutz dalam Ritzer (2007, h. 56) juga mengatakan bahwa peneliti fenomenologi memiliki ketertarikan dalam melihat suatu gejala. Seorang

fenomenolog bergerak di bidang yang pasti, sedangkan ahli ilmu positif cenderung mengumpulkan data, mencari korelasi dan fungsi, serta membuat hukum-hukum dan teori. Hal pasti yang dimaksud adalah hal yang menampakkan dirinya dilukiskan tanpa meninggalkan bidang *evidensi* yang langsung.

Mulyana (2013, h.91) juga menambahkan bahwa pendekatan fenomenologi termasuk pada pendekatan subjektif atau interpretif, yang memandang manusia aktif, kontras dengan pendekatan behavioristik dan struktural yang berasumsi bahwa manusia itu pasif. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode fenomenologi berfokus pada analisis kehidupan sehari-hari yang dilihat melalui sudut pandang individu yang terlibat di dalamnya. Metode ini menekankan pada persepsi dan interpretasi seseorang mengenai pengalaman mereka sendiri.

Oleh sebab itu, peneliti menggunakan fenomenologi sebagai acuan dasar dari penelitian yang dilakukan, sehingga melalui pengalaman informan yang diamati secara mendalam dapat menghasilkan suatu interaksi yang memudahkan peneliti dalam meneliti manajemen kesan *tenant relations*.

### **2.3 Tenant Relations**

Setiap individu yang bekerja dalam sebuah institusi atau perusahaan tentunya melakukan proses komunikasi dalam proses bisnis sehari-hari. Komunikasi tersebut bertujuan untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan, karena setiap perusahaan tentunya menjalin hubungan dengan pihak atau *stakeholder* (pemangku kepentingan) yang memiliki pengaruh terhadap

kelangsungan bisnis perusahaan. Begitu juga dengan industri mal, setiap divisi atau departemen yang sedang menjalin hubungan dengan pihak lain pasti melakukan sebuah proses komunikasi guna mendapatkan informasi maupun untuk menjalin suatu hubungan yang baik.

Dalam industri mal, terdapat *stakeholder* utama yang memiliki pengaruh besar terhadap keuntungan dan kelangsungan mal tersebut, yaitu pelanggan. Pelanggan yang dimaksud ialah *tenant* (penyewa toko). Menurut Lynda (2005, h.49), *tenant* adalah pihak yang membayar sejumlah biaya sewa untuk mendapatkan hak guna atas sebuah tanah, bangunan atau properti lain dari pemiliknya. Maka dari itu, mal juga diharapkan dapat membuat *tenant* merasa nyaman dan dapat menjalin hubungan baik dengan *tenant* mereka agar dapat mengurangi resiko *tenant* akan hengkang dari mal tersebut. Karena jika *tenant* hengkang, maka hal tersebut dapat membuat jumlah *tenant* berkurang, yang secara otomatis hal tersebut juga akan berdampak negatif terhadap minat pengunjung untuk datang ke mal tersebut.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Miss Jinjing (2015, para. 18) bahwa pengelola mal biasanya tidak bertanggung jawab dalam mendatangkan *crowd* yang layak bagi *tenant* mereka. Hal itu dapat mengakibatkan *tenant* tidak merasa nyaman dan dapat membuat *tenant* hengkang dari mal tersebut.

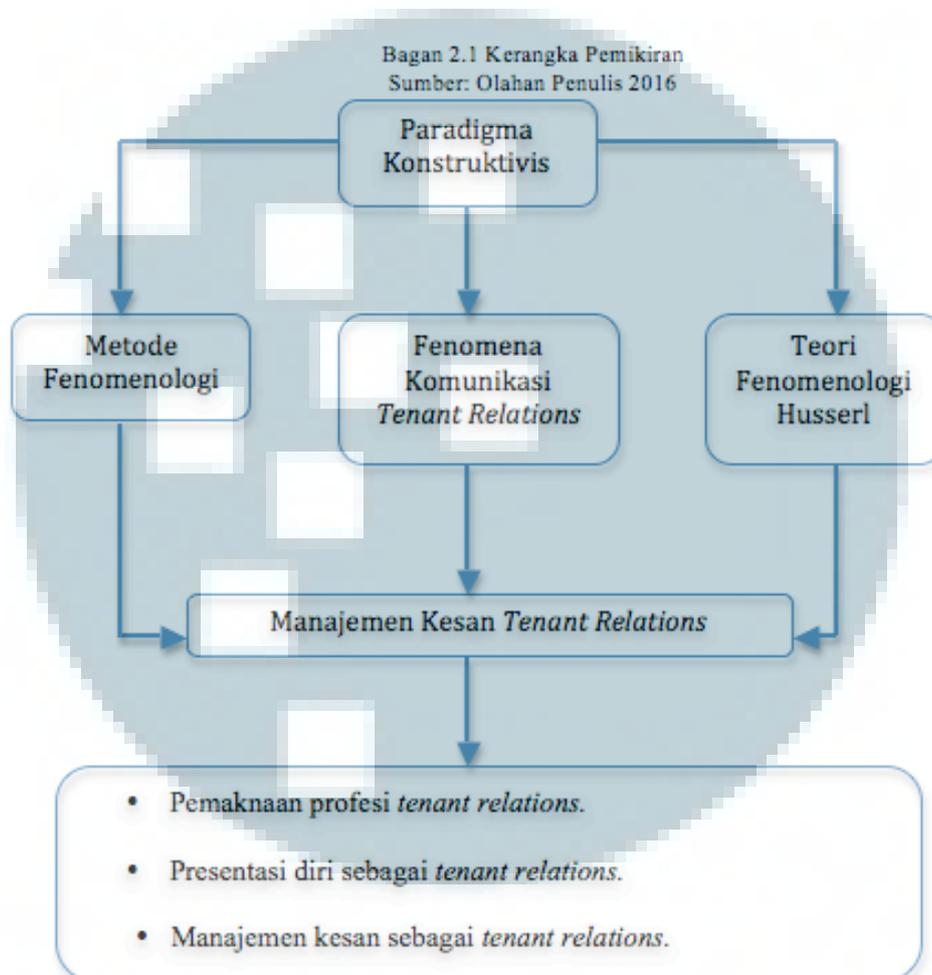
Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *tenant* merupakan aset mal yang sangat berharga, karena jika *tenant* pada sebuah mal sudah banyak dan *tenant* tersebut telah dikenal luas oleh masyarakat, maka dengan sendirinya akan meningkatkan minat pengunjung untuk datang ke mal

tersebut. Dalam industri mal, terdapat satu divisi yang khusus menjalin serta mengelola hubungan antara pihak manajemen mal dengan pihak *tenant*, yaitu *tenant relations*.

Menurut Kaye dalam Kirkup (1996, h.21), *tenant relations* memiliki fungsi untuk menjalin hubungan dengan *tenant*, serta menjadi penghubung antara pihak manajemen dengan pihak *tenant*. Dengan adanya *tenant relations*, maka diharapkan hubungan antara pihak manajemen dengan pihak *tenant* akan terjalin dengan baik, sehingga *tenant* dapat merasa nyaman menjadi *stakeholder* dari mal tersebut dan juga dapat memperkecil persentase *tenant* tersebut untuk hengkang dari mal.

UMMN

## 2.4 Kerangka Pemikiran



Peneliti dalam melihat fenomena komunikasi *tenant relations* menggunakan paradigma konstruktivis, metode penelitian fenomenologi, dan teori fenomenologi Husserl untuk mengkaji lebih dalam mengenai manajemen kesan *tenant relations*. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kepada pemaknaan profesi *tenant relations*, presentasi diri, dan manajemen kesan sebagai *tenant relations*.